

<<金融企业文化概论>>

图书基本信息

书名：<<金融企业文化概论>>

13位ISBN编号：9787805315003

10位ISBN编号：7805315000

出版时间：1998-06

出版时间：文汇出版社

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<金融企业文化概论>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 第一章 探索金融企业文化新领地

##### 第一节 从企业文化到金融企业文化

###### 一、从“文化”到“企业文化”

###### 二、企业文化的影响力

###### 1.企业文化无所不在

###### 2.日本的“奇迹”

###### 三、金融企业文化的萌芽

###### 1.中国金融业的发展脉络

###### 2.货币的文化演进

###### 3.早期的金融文化

##### 第二节 构建金融企业文化

###### 一、金融企业的特殊性

###### 1金融企业的特征

###### 2.金融企业文化生成的基础

###### 二、金融企业文化呼之欲出

###### 1.金融企业文化建设的迫切性

###### 2.构建独具个性的金融企业文化

###### 3.实践指南和努力方向

##### 第三节 金融时代大背景

###### 一、悄然而至的金融时代

###### 二、金融时代的文化特征

###### 1.崇尚战略眼光

###### 2.倡导营销观念

###### 3.强调准确定位

###### 4.注重形象塑造

###### 5.依赖感性知觉

###### 6.运用简化符号

##### 第四节 未来金融企业文化的展望

###### 一、走向国际金融中心的上海

###### 1.国际金融中心

###### 2.上海金融业的发展蓝图

###### 二、未来金融企业文化的发展趋势

###### 1.金融中心的文化特征

###### 2.不断创新的金融企业文化

#### 第二章 金融企业文化与CI

##### 第一节 CI的有效运用

###### 一、认识CI

###### 1.CI的概念

###### 2.CI与企业文化的内在联系

###### 3.CI的功能和作用

###### 二、CI对金融企业文化的功效

###### 1.CI与金融企业发展战略

###### 2.CI与金融企业市场营销

###### 3.CI与金融企业形象定位

## <<金融企业文化概论>>

### 4.CI与感性符号

### 5.CI与金融企业文化

#### 第二节 CI与金融企业形象

##### 一、金融企业的形象系统

###### 1.金融企业的主导形象

###### 2.金融企业的优先形象要素

##### 二、金融企业的外在形象

###### 1.CI形象中的视觉识别

###### 2.金融企业的应用性形象

###### 3.金融企业的建筑形象

###### 4.金融企业的布局形象

##### 三、金融企业的内部形象

###### 1.金融机构的内在形象

###### 2.金融企业的员工形象

#### 第三节 CI与金融产品形象

##### 一、金融产品

##### 二、金融产品的开发

###### 1.开发的目标及战略

###### 2.开发的过程

##### 三、金融产品的定价与推销

###### 1.定价

###### 2.推销

### 第三章 金融企业的行为文化

#### 第一节 体现竞争力的金融创新

##### 一、金融创新的兴起

##### 二、金融创新是企业竞争的砝码

###### 1.金融工具和服务的创新

###### 2.交易技术的创新

###### 3.市场形态的创新

###### 4.组织结构的创新

###### 5.管理的创新

#### 第二节 灵活出击的金融营销

##### 一、营销观念的植入

##### 二、金融营销是企业立足市场的手段

###### 1.金融市场的细分

###### 2.金融营销组合策略

###### 3.银行销售文化实例

#### 第三节 追求高层次的金融服务

##### 一、金融服务面面观

##### 二、金融服务是提高竞争力的根本

###### 1.金融服务的“禁区”

###### 2.树立服务“品牌”

###### 3.走向纵深的金融服务

#### 第四节 体现企业素质的金融广告

##### 一、广告和金融企业“攀亲”

###### 1.金融广告的运用

###### 2.金融企业的形象广告

## <<金融企业文化概论>>

### 3.金融企业的产品广告

#### 二、金融广告的策略和传播途径

##### 1.金融广告的策略

##### 2.金融广告的传播

##### 3.金融广告技巧分析

#### 第五节 建立新型纽带的金融公关

##### 一、公共关系的定义和分类

##### 二、发展金融企业的公共关系

##### 1.金融公关的作用

##### 2.金融企业公共关系的运用

##### 3.金融企业的公关活动

### 第四章 金融企业的制度文化

#### 第一节 金融业的法制时代

##### 一、金融运作的制度保障

##### 1.宏观调控制度

##### 2.银行信用制度

##### 3.国际惯例

##### 二、金融企业的制度建设

##### 1.金融企业制度与企业文化

##### 2.金融企业制度由“硬”变“软”的过程

##### 3.金融企业制度的有效运作

#### 第二节 疏通金融企业文化的制度中介

##### 一、制度是管理哲学的具体化

##### 二、制度中介功能的体现者

##### 1.组织

##### 2.管理者

#### 第三节 金融制度的创新

##### 一、活化Z理论

##### 1.Z理论

##### 2.金融制度中的Z理论精神

##### 二、活化z理论的金融创新机制

##### 1.综合服务机制

##### 2.市场营销机制

##### 3.人才运用机制

### 第五章 金融企业的人才开发

#### 第一节 人才开发与企业文化

##### 一、人才是企业的活资源

##### 1.金融企业应当崇尚“人才观”

##### 2.营造有利人才成长的企业文化氛围

##### 二、建设国际金融中心需要人才

##### 1.时代呼唤金融人才

##### 2.金融企业人才现状

#### 第二节 开发金融企业的人才资源

##### 一、激励是人才开发的有效手段

##### 二人才开发的过程

##### 1.培训

##### 2.选拔

## <<金融企业文化概论>>

### 3.使用和交流

#### 三、“小专家培养”实例分析

#### 第三节 造就高素质的员工队伍

##### 一、金融企业的员工素质

###### 1.基本素质

###### 2.职业素质

##### 二、金融企业员工的素质培养

###### 1.培养目的

###### 2.培养方向

#### 第四节 创造和谐的人际关系

##### 一、金融企业的人际关系特征

###### 1.人际关系的内涵及其功能

###### 2.金融企业的人际关系

###### 3.营造良好的人际关系

##### 二、科学的人事管理可以改善人际关系

###### 1.建立有效的人才机制

###### 2.改革人事管理的途径

### 第六章 金融企业的观念文化

#### 第一节 金融企业的价值观

##### 一、金融企业价值观的类型

##### 二、价值观是金融企业的核心目标

###### 1.确立适应企业发展的价值观

###### 2.成功的企业离不开正确的价值观

###### 3.不断革新的价值观更具活力

#### 第二节 金融企业精神

##### 一、凝聚价值观的核心理念

##### 二、金融企业精神的塑造

###### 1.融入社会意识

###### 2.体现竞争意识

###### 3.重视创新意识

###### 4.恪守信用意识

#### 第三节 金融企业精神的载体

##### 一、企业家是金融企业精神的人格体现

###### 1.金融企业家素质

###### 2.构筑金融企业家的成长环境

###### 3.金融企业精神的人格体现

##### 二、员工是金融企业精神的群体体现

###### 1.员工的精神风貌

###### 2.员工的职业道德

#### 第四节 金融企业精神文明建设的

##### 一、形式多样的思想政治教育

##### 二、丰富多彩的员工业余生活

#### 主要参考书目

<<金融企业文化概论>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>